

អភិវឌ្ឍឲ្យកាន់តែប្រសើរ

ថ្ងៃនេះ ៩ ថ្ងៃស្អែក





អគ្គនាយកគ្រប់គ្រង ខេមប៊ូរ ពង្រឹង ទំនាក់ទំនងជាមួយ ដៃគូអាជីវកម្ម



អគ្គនាយកគ្រប់គ្រង ខេមប៊ូរ លោក Vladimir បានចុះទស្សនកិច្ច ទិវិការនៅតំបន់លក់បែកកណ្តាល កាលពីដើមខែធ្នូ ២០២២ ដើម្បីពិនិត្យមើលប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់យើង ក៏ដូចជាដើម្បី ទទួលយកមតិយោបល់ត្រឡប់ពីដៃគូអាជីវកម្ម។ គោលដៅ ទស្សនកិច្ចរបស់ Vlad មានដូចជាគោលនយោបាយ អាហាររដ្ឋាន បារ និងម៉ាត ដែលស្ថិតនៅតាមបណ្តោយផ្លូវជាតិលេខ៤ ក្នុង ចំណុចឃុំបែកចាន ស្រុកអង្គស្នួល ខេត្តកណ្តាល។ នៅក្នុងទិវិការដ៏ប្រកួតប្រជែង អគ្គនាយកក្រុមហ៊ុនរបស់យើង ជា ញឹកញាប់បានចុះជួបជជែកជាមួយដៃគូអាជីវកម្មនៅក្នុងតំបន់ ដើម្បីមើលថាតើអតិថិជនបានធ្វើសមាហរណកម្មទិវិការយ៉ាងដូច ម្តេចជាមួយនិងអាជីវកម្មរបស់យើង។

គោលបំណងសំខាន់នៃទស្សនកិច្ចទិវិការនេះ គឺដើម្បីបង្កើតភាពរឹងមាំ បង្កើនការចូលរួមរបស់ដៃគូអាជីវកម្ម ស្តាប់ និងស្វែងយល់បន្ថែម ពីអតិថិជន។ លើសពីនេះ ក៏ដើម្បីស្តាប់ពីបញ្ហា និងស្វែងយល់ពី សមត្ថភាពរបស់ពួកគេ បង្កើនភាពជឿជាក់ ក៏ដូចជាទំនុកចិត្ត និងការផ្តល់មតិត្រឡប់របស់អតិថិជន មកលើផលិតផល និង សេវាកម្មរបស់យើង។ ហើយ ក៏បានផ្តល់ឱកាសឱ្យអគ្គនាយករបស់យើង ពិនិត្យ ពីសកម្មភាពប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មនៃផលិតផលរបស់ដៃគូ ប្រកួតប្រជែង , ព្រមទាំងបានដឹងពីភាពលេចធ្លោការប្រតិបត្តិការ អាជីវកម្មជាក់ស្តែង និងឧបសគ្គចម្បងៗ ក៏ដូចជាស្វែងយល់ពី សក្តានុពលនៃអាជីវកម្មនៅតាមតំបន់លក់ផងដែរ។ ខេមប៊ូរ តែងនៅជាមួយដៃគូ និងអតិថិជនរបស់យើងជានិច្ច។



មហិច្ឆតា «រួមគ្នាឆ្ពោះទៅកាន់ហ្វូន្ទូ» បាន និងកំពុងពង្រីកវិសាលភាព



ស្របតាមគោលដៅចីរភាពរបស់កាសស៊ែរ គ្រុប ខេមប៊ូរី បានប្រកាសនូវគោលដៅចីរភាពថ្មីអំពី បរិស្ថាន សង្គម និងអភិបាលកិច្ច (ESG) គឺ «រួមគ្នាឆ្ពោះទៅកាន់ហ្វូន្ទូ និងលើសពីនេះ ឬហៅខ្លីថា TTZAB» កាលពីថ្ងៃទី១៧ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២២។ គោលដៅចីរភាពថ្មីនេះ ត្រូវបានកសាង និងអភិវឌ្ឍលើវឌ្ឍនភាព និង ភាពខ្លាំងរបស់មហិច្ឆតា «រួមគ្នាឆ្ពោះទៅកាន់ហ្វូន្ទូ (TTZ)» ដែលមានស្រាប់របស់យើង ដោយបានផ្តួចផ្តើម ក្នុងឆ្នាំ២០១៧។





TTZAB នឹងបន្តឆ្ពោះទៅកាន់ការសម្រេច
នូវមហិច្ឆតាក្នុងការបំបាត់កាបូន គ្មានការ
ខ្ចីខ្ចាយទឹក គ្មានការពិសាគ្រឿងស្រវឹង
ដោយគ្មានទំនួលខុសត្រូវ និងគ្មានវប្បធម៌
គ្រោះថ្នាក់។



គោលដៅចីរភាពថ្មីនេះ នឹងពង្រីកវិសាលភាព
របស់ESG ដោយបន្ថែមមហិច្ឆតាថ្មីក្នុងវិស័យកសិកម្ម
និងការគ្រប់គ្រងសំបកវេចខ្ចប់ ពោលគឺ «គ្មានការ
បំពុលកសិកម្ម» «គ្មានសំណល់វេចខ្ចប់» និង បន្ត
យកចិត្តទុកដាក់ និងជំរុញការដឹកនាំប្រតិបត្តិការ
អាជីវកម្មប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ លើកកម្ពស់
ពិពិធកាត សមធម៌ និងបរិយាបន្ន សិទ្ធិមនុស្ស
ធានានូវអនុលោមភាព តាមត្រីវិស័យរបស់យើង
និងចូលរួមអភិវឌ្ឍសហគមន៍ឲ្យកាន់តែប្រសើរ។





យើងនៅខេមប៊ូរ បានដាក់បញ្ចូលគោលដៅ ចីរភាពទាំងនេះ ទៅក្នុងផែនការយុទ្ធសាស្ត្រ អាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ហើយការចាប់ផ្តើម គុសហការ គឺជាយុទ្ធសាស្ត្រដ៏សំខាន់មួយ ដើម្បីសម្រេចមហិច្ឆតានេះ ហើយយើងនឹងបន្ត ដឹកនាំប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មតាមវិធីដ៏ត្រឹមត្រូវ និងតម្លាភាពសម្រាប់គ្រប់ភាគីពាក់ព័ន្ធ និង ដៃគូសហការរបស់យើង។



#អភិវឌ្ឍឱ្យកាន់តែប្រសើរទាំងថ្ងៃនេះនិងថ្ងៃស្អែក
#រួមគ្នាឆ្ពោះទៅកាន់ហេម្សំនិងលើសពីនេះ





**បរិច្ចាគឈាម ផ្តល់
ក្តីសង្ឃឹម សង្គ្រោះ
ជីវិត!**

ពិតជាភ្ញាក់ផ្អើល និងកោតសរសើរ ដែលសហសេរីករបស់ ខេមប្រ៊ែវ បានចូលរួមនៅក្នុងយុទ្ធនាការបរិច្ចាគឈាម ដើម្បីជួយបំពេញតម្រូវការឈាម ដែលប្រទេសកម្ពុជាយើងត្រូវការប្រមាណ ១០០ ០០០ ប្លោក ក្នុងមួយឆ្នាំ។ ការណ៍នេះមានន័យថា រៀងរាល់ ៦នាទី ប្រទេសយើង មានតម្រូវការឈាម ចំនួនមួយប្លោក ដើម្បីសង្គ្រោះអ្នកជំងឺ។ ខេមប្រ៊ែវ សូមសម្តែងនូវការគោរព និងអរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះសហសេរីករបស់យើង សម្រាប់ការបរិច្ចាគឈាមដោយទឹកចិត្តច្នៃកាលពីថ្ងៃទី២៣ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២២ ។





តម្រូវការឈាមកើនឡើងប្រមាណជា ២០ ភាគរយ ជារៀងរាល់ឆ្នាំ ហើយពេលខ្លះ អ្នកជំងឺត្រូវប្រកាស ស្វែងរកជំនួយឈាមដោយខ្លួនឯង។ ដោយសារ កង្វះខាតនេះ អ្នកជំងឺភាគច្រើន ពឹងផ្អែកទៅលើ អ្នកបរិច្ចាគដោយស្ម័គ្រចិត្ត ដើម្បីបំពេញស្តុក ឈាម និងដើម្បីទទួលបានការបញ្ចូលឈាម សង្គ្រោះជីវិត។

ស្របតាមគោលបំណងរបស់យើង «អភិវឌ្ឍឱ្យកាន់តែប្រសើរទាំងថ្ងៃនេះនិងថ្ងៃស្អែក» យើងមានគម្រោងរៀបចំយុទ្ធនាការនេះជាថ្មីម្តងទៀតក្នុងឆ្នាំ២០២៣ ហើយយើងបាននិងកំពុងបន្តស្វែងរកគំនិតឆ្លងឆ្នើមបន្ថែមទៀត ដើម្បីនាំយកការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមាននិងចូលរួមអភិវឌ្ឍសង្គមឱ្យកាន់តែប្រសើរ។



#អភិវឌ្ឍឱ្យកាន់តែប្រសើរទាំងថ្ងៃនេះនិងថ្ងៃស្អែក
#រួមគ្នាឆ្ពោះទៅកាន់ហេម្សិំនិងលើសពីនេះ



អ្នកដឹកនាំ ភាពជាគំរូលើផ្នែក សុខភាព ឧស្សាហកម្ម

WHAT ARE WE WORKING TOWARDS?



ZERO last-time accidents at all our locations, ranging from breweries to offices, by 2030

2030

A year-on-year reduction in the accident rate towards 2030

WHAT ARE WE DOING TO ACHIEVE THIS?



-  Eliminating fatalities and serious incidents by ensuring full compliance with our Life-Saving Programmes and through effective contractor management
-  Making Health & Safety top-of-mind for all our people through strong and credible leadership, engagement and feedback programmes, and effective Health & Safety communication
-  Continuously improving our Health & Safety performance by reducing exposure to occupational risks

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពីភាពជាដឹកនាំផ្នែកសុខភាព ឧស្សាហកម្ម បានរៀបចំឡើងសម្រាប់សហសេរីក ប្រមាណជាង ១០០នាក់មកពីតួនាទី ផ្នែក និងទីតាំងការងារផ្សេងគ្នា ដូចជា រាជធានីភ្នំពេញ ខេត្តព្រះសីហនុ បាត់ដំបង សៀមរាប និងខេត្តកំពង់ចាម។ គោលបំណងរបស់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលនេះ គឺដើម្បីបញ្ជ្រាប ការយល់ដឹងអំពីភាពជាអ្នកដឹកនាំ និងដឹកនាំដោយភាពជាគំរូលើផ្នែកសុខភាព ឧស្សាហកម្ម ព្រោះតួនាទី និងទំនួលខុសត្រូវដ៏សំខាន់មួយរបស់អ្នកដឹកនាំនៅខេមប៊ូឌី គឺចូលរួមបង្ការគ្រោះថ្នាក់ និងឧប្បទ្វរហេតុ នៅកន្លែងការងារ។

គ្រោះថ្នាក់មិនមែនជារឿងធម្មតា ដែលអ្នកយើងអាចមើលរំលងនោះទេ។ គ្រោះថ្នាក់អាចកើតឡើងបានក្នុង ពេលមួយរំពេច បើយើងខ្វះការយកចិត្តទុកដាក់ និងប្រុងប្រយ័ត្នខ្ពស់។ បើនិយាយពី លទ្ធផលវិញ អាច បង្កជាភាពអន្តរាយ វិប្បដិសារីដល់អ្នក ក្រុមគ្រួសារអ្នក ឬមិត្តរួមការងារ។



East (Kg Cham)



Central, KA & POTF (PP-HQ)



North (Siem Reap)



IIT, Marketing & Sales Op & Planning



Sales & Marketing Leader



Marketing, IIT, Sales Op SC-Planning & CS



TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND



ZERO
Carbon
Footprint



ZERO
Farming
Footprint



ZERO
Packaging
Waste



ZERO
Water
Waste



ZERO
Irresponsible
Drinking



ZERO
Accidents
Culture

Responsible
Sourcing

Diversity, Equity
& Inclusion

Human
Rights

Living By
Our Compass

Community
Engagement

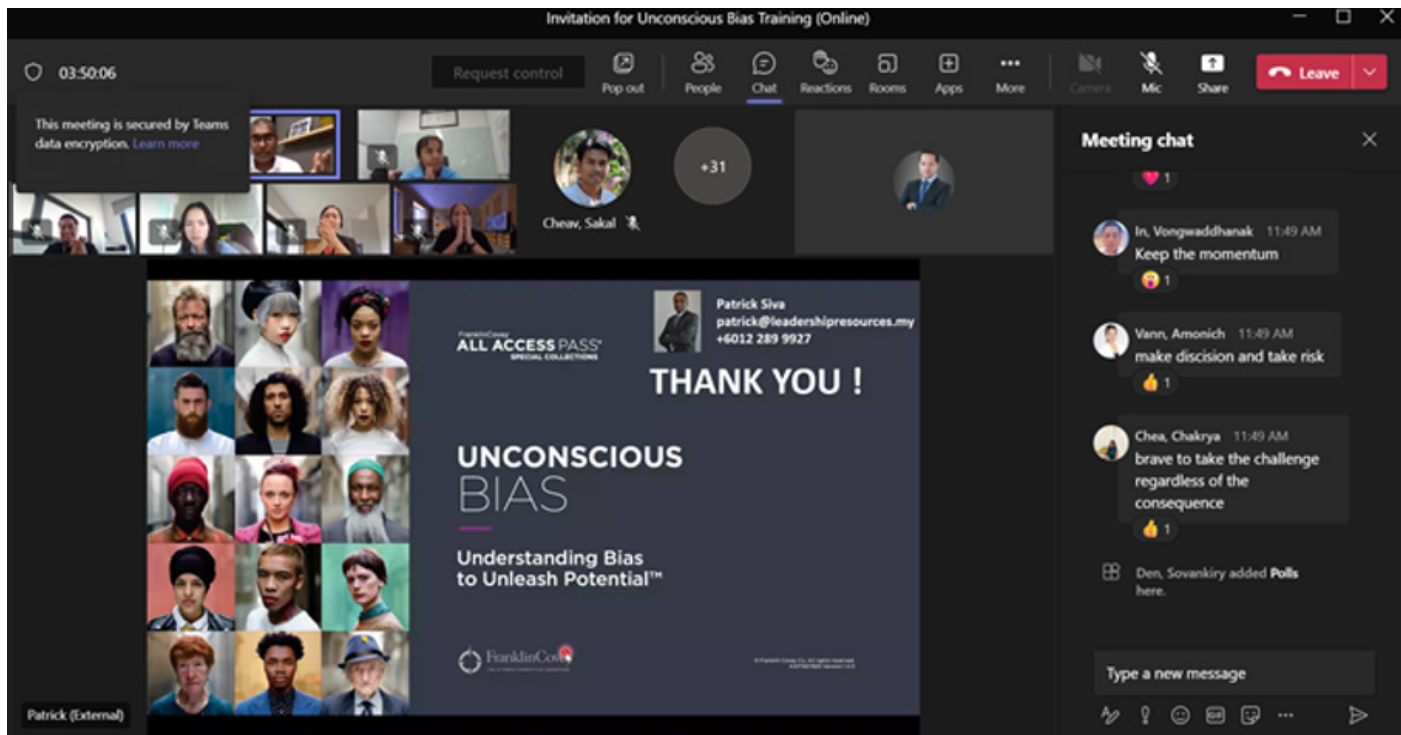
មហិច្ឆតា «គ្មានរបួសគ្រោះថ្នាក់» ឬ «ZERO Accidents Culture» របស់យើង មានគោលដៅ កាត់បន្ថយ និងលុបបំបាត់គ្រោះថ្នាក់ ឧប្បទ្វរហេតុផ្សេងៗដែលអាចកើតមាននៅកន្លែងការងារ។ នេះ គឺជា «ហេរ៉ូ» ដែលយើងចង់បាន។ យើងមិនត្រូវពឹងលើសំណាង ឬអនុវត្តការងារដោយផ្លូវកាត់មិន គោរពតាមគោលការណ៍សុវត្ថិភាពនោះទេ។

ដើម្បីឲ្យមហិច្ឆតាគ្មានរបួសគ្រោះថ្នាក់ ទទួលជោគជ័យ ខេមប៊ូរ ត្រូវការអ្នកដឹកនាំដែលខ្លាំង និង មានការយល់ដឹងច្បាស់លាស់អំពីសុខភាព សុវត្ថិភាព ដឹកនាំដោយភាពជាក់ស្តែង មានទំនាក់ទំនងល្អ និងជួយកែប្រែសកម្មភាពខុសឆ្គង ឬ ទង្វើគ្មានសុវត្ថិភាពនានានៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។

ខេមប៊ូរ ពឹងលើអ្នកទាំងអស់គ្នា ក្នុងការជំរុញឲ្យរបួសគ្រោះថ្នាក់ ក្លាយជាការពិត និងជាកំរ សម្រាប់អ្នកជំនាន់ក្រោយ ក៏ដូចជាកំរដ៏ល្អមួយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនដទៃទៀត និងសហគមន៍។ យើងចង់ឃើញសហសេរីកទាំងអស់គ្នា ត្រឡប់ទៅផ្ទះវិញជូនក្រុមគ្រួសារ ជាមួយនឹងស្នាមញញឹម។



យើងកំពុងមានភាពលំអៀងដោយមិនដឹងខ្លួនឬ?



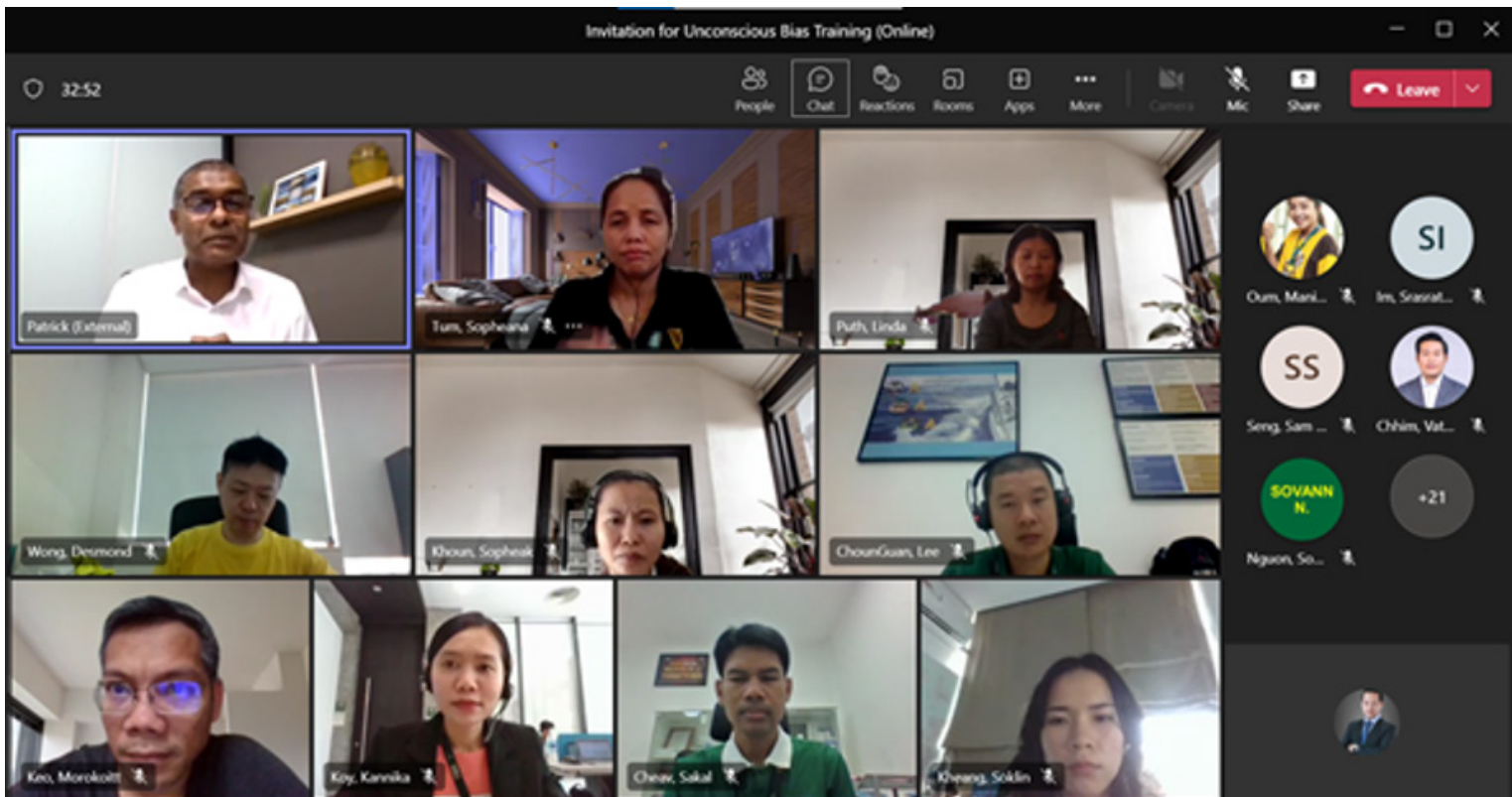
តើប៉ុន្មានដងហើយ ដែលយើងធ្លាប់សម្រេចចិត្តទៅលើកិច្ចការអ្វីមួយក្លាមៗ ដោយអារម្មណ៍ផ្ទាល់ខ្លួន ឬដោយការពិចារណាមិនបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ? ភាពលំអៀងដោយមិនដឹងខ្លួន អាចជាបញ្ហាមួយ ដែលអាចប៉ះពាល់ដល់អាជីវកម្ម និងសង្គម។ ឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហានេះ ខេមប៊ូរី បានអញ្ជើញអ្នកជំនាញពីប្រទេសម៉ាឡេស៊ី ដើម្បីពន្យល់បង្ហាញ ការកាត់បន្ថយ និងបង្ការពី«សេចក្តីលំអៀងដោយមិនដឹងខ្លួន តាមប្រព័ន្ធអនឡាញ ទៅដល់សហសេរីកក្នុងថ្នាក់អ្នកដឹកនាំចំនួន ៤០ រូប កាលពីថ្ងៃទី១៦ ខែធ្នូ ឆ្នាំ ២០២២។ ភាពលំអៀងដោយមិនដឹងខ្លួន កើតមានឡើងក្នុងទម្រង់ផ្សេងៗ ដូចជាការលំអៀងទៅរកអ្នកណាម្នាក់ដែលមានលក្ខណៈដូចខ្លួន ការលំអៀងទៅកាន់បុគ្គលដែលមានលក្ខណៈឡាយឆាយ ការលំអៀងដោយសារអាយុភេទ ឬរូបសម្បត្តិជាដើម។

ការបណ្តុះបណ្តាលរយៈពេលមួយព្រឹកនេះ សិក្ខាកាមទទួលបានចំណេះដឹងអំពីការឃ្នាំមើល និងកំណត់អត្តសញ្ញាណភាពលំអៀងដោយមិនដឹងខ្លួន ដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើការប្រព្រឹត្តិអាកប្បកិរិយា ការសម្រេចចិត្ត ឬការអនុវត្តការងារជាដើម។ បន្ថែមលើនេះ ការកសាងទំនាក់ទំនងល្អរវាងគ្នានឹងគ្នា នឹងជួយបង្កើនការយល់ពីគ្នា និងស្វែងយល់ពីគ្នាកាន់តែស៊ីជម្រៅ។ យើងត្រូវស្វែងរកពីភាពលំអៀង និងដោះស្រាយវា។

រគូបណ្តុះបណ្តាលនេះ ក៏បានបង្ហាញពីវិធីសាស្ត្រប្រឈមតាំងនឹងភាពលំអៀងដល់សហសេរីក ក៏ដូចជា លើកទឹកចិត្ត និងបង្កើតបរិយាកាសមួយដែលចេះគោរពគ្នា រួមបញ្ចូលគ្នា និងឲ្យតម្លៃគ្នា ព្រមទាំងពីរបៀប ដោះស្រាយភាពលំអៀង ដែលកម្រិតការអនុវត្តការងាររបស់បុគ្គល និងមិត្តរួមការងារ។

យើងទាំងអស់គ្នា នៅខេមប៊ូរី មានភាពសំខាន់រៀងៗខ្លួនដែលយើងមិនអាចខ្វះគ្នាបាន ហើយយើងក៏ លើកស្ទួយឲ្យយើងគ្រប់គ្នានៅទីនេះ ខំប្រឹងប្រែងដើម្បីបង្កើនសមត្ថភាពរបស់ខ្លួនផងដែរ។

យើងនឹងរួមដំណើរជាក្រុម ជាមួយខេមប៊ូរី ឆ្ពោះទៅរកអនាគតមួយ ដែលភាពលំអៀងគ្រាន់តែជារឿង អតីតកាល ធ្លាប់កើតមានតែប៉ុណ្ណោះ។





ស្មារតីក្រុម និងការចូលរួម ធ្វើឱ្យខេមប្រ៊ែរ ឈ្នះ ពានរង្វាន់ «កន្លែងធ្វើការងារដ៏ល្អបំផុតនៅក្នុង តំបន់អាស៊ីឆ្នាំ ២០២២»



ខេមប្រ៊ែរ ទទួលបានការទទួលស្គាល់ និងជ្រើសរើសជាម្ចាស់ពានមួយអំពី «កន្លែងធ្វើការងារដ៏ល្អបំផុតនៅក្នុង តំបន់អាស៊ី ឆ្នាំ ២០២២» ដោយ Business Media International។ ក្នុងចំណោម ១៦៨ ក្រុមហ៊ុននៅ កម្ពុជា ដែលបានចូលរួមប្រកួតប្រជែងយកពានរង្វាន់នេះ មានតែក្រុមហ៊ុនចំនួន ១៤ ប៉ុណ្ណោះ ដែលត្រូវ បានជ្រើសរើសសម្រាប់ពានរង្វាន់នេះ។

គណៈកម្មការផ្តល់ការវិនិច្ឆ័យ ដោយផ្អែកទៅលើការអនុវត្តផ្នែកធនធានមនុស្សល្អបំផុត និង ការចូលរួម របស់បុគ្គលិកនៅក្នុងកម្រិតខ្ពស់ ក៏ដូចជារប្បធម៌កន្លែងធ្វើការដែលល្អប្រសើរ។

ស្មារតីរឹងមាំរបស់ក្រុមការងារខេមប្រ៊ែរ និងភាពធន់របស់គ្រប់ផ្នែកទាំងអស់ គឺជាចំណុចខ្លាំងដែលត្រូវបាន រំលេចឡើងក្នុងអំឡុងពេលនៃការស្ទង់មតិ។ Business Media International ដែលជាស្ថាប័នផ្តល់ ពានរង្វាន់ បានវាយតម្លៃស្ទង់មតិ លើមធ្យមភាគខេមប្រ៊ែរ ធៀបនឹងមធ្យមភាគទីផ្សារ ដោយផ្ដោតសំខាន់ លើភាពជាអ្នកដឹកនាំ និងរបៀបក្នុងក្រុមហ៊ុន រក្សាសុខុមាលភាពរបស់បុគ្គលិក និងថាមវន្តក្រុមការងារ។ ច្នាក់ដឹកនាំរបស់យើង សាទរ និងស្ងប់ស្ងែងចំពោះការប្តេជ្ញាចិត្តខ្លាំងក្លារបស់សហសេរីកទាំងអស់ នៅក្នុង ការនាំយកពានរង្វាន់នេះមកឱ្យ ខេមប្រ៊ែរ។ ពានរង្វាន់នេះ គឺជារតនត្ថុដ៏មានតម្លៃដែលផ្តល់គុណតម្លៃបន្ថែម ដល់ការកសាងម៉ាកសញ្ញារបស់យើង កិត្តិយសរបស់ក្រុមហ៊ុន, ទាក់ទាញអតិថិជនកាន់តែច្រើន និងរក្សា បាននូវភាពនាំមុខគេ។

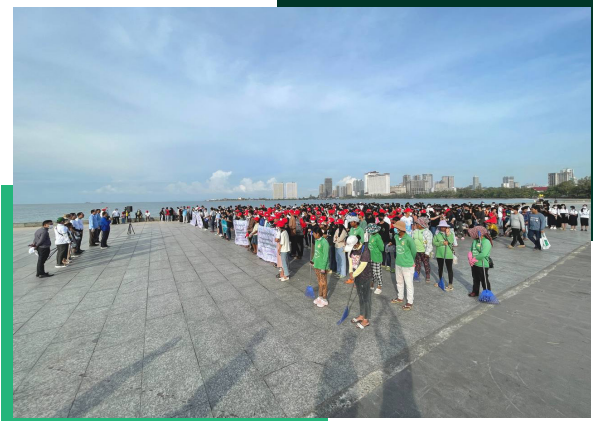


ទំនងជាក្រុមហ៊ុនស្រាបៀរដ៏ល្អបំផុត មួយ នៅឆ្នេរសមុទ្រដែលស្អាតបំផុត

តំបន់ឆ្នេរ ជាពិសេសឆ្នេរសមុទ្រដ៏ស្រស់ស្អាត ក្នុងខេត្តព្រះសីហនុ គឺជាទីតាំងសម្រាប់វេលាឆ្លងឆ្នាំដ៏រីករាយ ខណៈដែលវិបត្តិជំងឺកូវីដ-១៩បានថយចុះ បានរំលេចពីសារៈសំខាន់នៃវិស័យទេសចរណ៍។ ឆ្នេរល្បឿនលឿនភ្នំពេញ-ព្រះសីហនុ ដែលធ្វើឱ្យខេត្តសមុទ្រមួយនេះ ទទួលបានលំហូរទេសចរណ៍ប្រមាណ ៣៤០ ០០០នាក់ ទៅកម្សាន្តឆ្លងឆ្នាំនៅតំបន់ឆ្នេរ។

បោះតង់ អាំងគ្រឿងសមុទ្រស្រស់ៗ ជាមួយនឹងទស្សនីយភាពថ្ងៃលិចដ៏ស្រស់ស្អាត ដើម្បីបង្កើនបរិយាកាសឱ្យកាន់តែរីករាយ មិនអាចខ្វះបាននូវស្រាបៀរដ៏ល្អនោះឡើយ!

មិនត្រឹមត្រាន់តែជាក្រុមហ៊ុនស្រាបៀរ តែខេមប្រ៊ែរ គឺលើសពីនេះ។ ខេមប្រ៊ែរ រីករាយ និងមានមោទកភាពជាខ្លាំង ដែលបានចូលរួមជាចំណែកមួយក្នុងការរកដំណោះស្រាយបរិស្ថាននៅខេត្តព្រះសីហនុ តាមរយៈយុទ្ធនាការសម្អាតឆ្នេរ «បុណ្យសមុទ្រស្អាតគ្មានសំរាម» ក៏ដូចជាអបអរសាទរពិធី បុណ្យសមុទ្រលើកទី៩ តាមរយៈក្រសួងទេសចរណ៍ និងអង្គការសំអាតទន្លេសមុទ្រ។





យើង អភិវឌ្ឍឲ្យកាន់តែប្រសើរទាំងថ្ងៃនេះនិងថ្ងៃស្អែក នឹងបន្តយកចិត្តទុកដាក់លើសោភ័ណភាពសមុទ្រ ដែលធ្វើឱ្យអ្នកចូលចិត្តសមុទ្រអាចសម្រាកលម្អៃ ស្រូបយកបរិយាកាសបរិសុទ្ធ ជាមួយនឹងការភ្ញាក់រន្ធស្រាបៀរទំនងជាស្រាបៀរដ៏ល្អបំផុត ផលិតដោយក្រុមហ៊ុន ដែលទំនងជាក្រុមហ៊ុនដ៏ល្អបំផុតមួយនៅកម្ពុជា។



**ខេមប្រ៊ូរ ជំរុញរបៀប
ចែករំលែក និងជួយគ្នា
តាមរយៈទិវាអំពើល្អ**

ឆន្ទៈនៃការពង្រឹងវប្បធម៌គោលបំណង «អភិវឌ្ឍ
ឲ្យកាន់តែប្រសើរទាំងថ្ងៃនេះ និងថ្ងៃស្អែក» របស់
យើង ត្រូវបានពង្រីកលើសពីក្នុងទីតាំងរោងចក្រ
ផលិតស្រាបៀរ និងនៅក្នុងសហគមន៍។

ជាផ្នែកមួយនៃទិវាអំពើល្អ ខេមប្រ៊ូរ បានចូលរួម
សហការជាមួយក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ និងធុរកិច្ច
ដទៃទៀត ក្នុងសកម្មភាពសម្អាតសំរាមតាមដងទន្លេ
ក្រោមការរៀបចំដោយអង្គការសម្អាតទន្លេសមុទ្រ និង
ស្ថាប័នគាំពារបរិស្ថាននៅរាជធានីភ្នំពេញ។ ប្រជាពលរដ្ឋ
ប្រមាណពី ៥០០ ទៅ ៧០០នាក់ បានចូលរួមក្នុង
កម្មវិធីសម្អាតសំរាមនៅតាមច្រាំងនៃបឹងទន្លេសាប
ទន្លេមេគង្គ និងទន្លេបាសាក់ ដែលស្ថិតក្នុងភូមិសាស្ត្រ
រាជធានីភ្នំពេញ។

តាមរយៈព្រឹត្តិការណ៍នេះ បរិស្ថានក៏ត្រូវបានសម្អាត
ហើយកូនត្រីប្រមាណ១៦ លាន ត្រូវបានលែងចូល
ទៅក្នុងទន្លេ និងមានសកម្មភាពមួយចំនួនទៀត ដូចជា
ការដាំដើមឈើ ការចែកអាហារ និងសម្ភារៈប្រើប្រាស់
ប្រចាំថ្ងៃទៅសហគមន៍ផងដែរ។

ទិវានេះមានគោលដៅលើកកម្ពស់ និងបណ្តុះស្មារតី
ពលរដ្ឋកម្ពុជា ឱ្យចូលរួមស្រលាញ់ការពារបរិស្ថាន
ជំរុញរបៀបចែករំលែក និងជួយគ្នាទៅវិញទៅមក។



គ្មានជាតិអាល់កុល ក៏មិនអាច បង្ហាត់ភាពរីករាយនោះដែរ



សូមណែនាំផលិតផលថ្មី ស្រាបៀរកាសស្បែរគ្មានជាតិអាល់កុល Carlsberg 0.0

Introducing new product Carlsberg 0.0

© ធិសាស្ត្រស្រាបៀរ សុខភាពល្អ



Beer type

alcohol free pilsner



Malt

Pilsner malt (Spring barley) and caramel malt



Hops

A blend of quality hop varieties ensuring a consistent taste



Alcohol

0%

មានជម្រើសកាន់តែច្រើនក្នុងការបង្កើតភាពសប្បាយរីករាយរបស់អតិថិជន។ គ្មានទៀតទេឧបសគ្គ! គ្មានទៀតទេលើសកម្រិត! - មានជម្រើសកាន់តែច្រើន សម្រាប់ការជួបជុំដ៏សប្បាយរីករាយ និងស័ក្តិសមគ្រប់ទីកន្លែង។ ខេមប៊ូរ បាននាំយកនូវស្រាបៀរ កាសស្បែរ គ្មានជាតិអាល់កុល ចំណុះ ៣៣០មីលីលីត្រ មកទីផ្សារកម្ពុជា



ដែលយើងអាចរកទិញបាន ចាប់ពីថ្ងៃទី១៦ ខែធ្នូ ២០២២។

ស្រាបៀរ កាសស្បែរ គ្មានជាតិអាល់កុល យើងបានប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាថ្មីប្រឌិតដើម្បីរក្សារសជាតិឆ្ងាញ់ក្លិនឈ្ងុយប្រហើរ និងជាតិជាប់ចិត្ត ប៉ុន្តែគ្មានជាតិអាល់កុល គ្មានជាតិស្ករ និងមានកាឡូរីទាប។

កាសស្បែរ គ្មានជាតិអាល់កុល ធ្វើឱ្យការទទួលទានគ្រឿងស្រវឹងមានភាពរីករាយ។ ការកើនឡើងនៃការយល់ដឹងអំពីសុខភាព និងសុខុមាលភាព នឹងនាំឱ្យស្រាបៀរដែលគ្មាននិងមានជាតិអាល់កុលតិច មានការរីកចម្រើនឆាប់រហ័សបំផុតនៅទូទាំងពិភពលោក។ ដូច្នេះផលិតផលថ្មីនេះនឹងផ្តល់ជម្រើសអតិថិជនកាន់តែច្រើនក្នុងការទទួលទានគ្រឿងស្រវឹងតិច ដោយមិនបាត់បង់ភាពសប្បាយរីករាយ។ កាសស្បែរ គ្មានជាតិអាល់កុល ជាជម្រើស

ដ៏ត្រឹមត្រូវគ្រប់កាលៈទេសៈ ជ្រើសរើសដោយគ្មានការបារម្ភ និងជា ជម្រើសដែលអាចបង្កសភាពរីករាយកាន់តែច្រើន។ គោលបំណងសំខាន់មួយទៀត គឺចូលរួមគាំទ្រដល់មហិច្ឆតា គ្មានការពិសាគ្រឿងស្រវឹងដោយគ្មានទំនួលខុសត្រូវ របស់យើង ក៏ដូចជាបង្កើតវប្បធម៌ពិសាគ្រឿងដោយរីករាយ និងចូលរួមការពារកេរ្តិ៍ឈ្មោះ ព្រមទាំងអាជ្ញាបណ្ណអាជីវកម្មរបស់យើងប្រកដោយនិរន្តរភាព។

នៅខេមប៊ូរ យើងបន្តប្តេជ្ញា ផ្តល់ជម្រើសអតិថិជនកាន់តែច្រើន ក៏ដូចជាគាំទ្រដល់ការពិសាដោយការទទួលខុសត្រូវ តាមរយៈនាំយកនូវ គំនិតផ្តួចផ្តើមថ្មីៗមកក្នុងទីផ្សាររបស់យើង។



ធ្វើឲ្យបរិយាកាសកាន់តែ ប្រសើររាល់ថ្ងៃជាមួយ ស្រាបៀរថែរសធាតិដើម

ស្រាបៀរ សិង្ហ បានបង្កើតយុទ្ធនាការ «ធ្វើឲ្យបរិយាកាសកាន់តែប្រសើររាល់ថ្ងៃ» ដែលជាសារថ្មីបញ្ជាក់ការយល់ដឹងពីពាណិជ្ជសញ្ញាសិង្ហ ជាមួយនឹង វីដេអូ និងផ្ទាំងផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ស្របពេលការនាំយកបរិកាសជួបជុំដំរីករាយតាមរយៈកម្មវិធី Singha Festival ដ៏ធំ។

យុទ្ធនាការនេះចាប់ផ្តើមកាលពីថ្ងៃទី១ ខែតុលា ឆ្នាំ ២០២២ ដើម្បីជំរុញទឹកចិត្ត និងបង្កើនចំនួនអតិថិជនរបស់សិង្ហ ដោយការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈផ្ទាំងពាណិជ្ជកម្មចំនួន ១២ និងផ្ទាំង LED នៅទូទាំងប្រទេស។

លទ្ធផលទទួលបានជាទីគាប់ចិត្ត និងបានទៅដល់អតិថិជនអ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមចំនួន ១២,៩លាន ចំនួនចូលទស្សនា ៣,៥លានដង និងការចុចចូលចិត្តបញ្ចេញមតិយោបល់ និងបានចែករំលែកទៅកាន់មិត្តភក្តិចំនួន ៤,២០០ ដែលក្នុងនោះ ៩៩ ភាគរយ មានប្រតិកម្មជាវិជ្ជមាន។



ធ្វើឲ្យបរិយាកាសកាន់តែប្រសើររាល់ថ្ងៃ
EVERYDAY PLEASURES

ពិសោធន៍ស្រាបៀរ សិង្ហកុំបើកឃ

ស្រាបៀរថែរសធាតិដើម



ធ្វើឲ្យបរិយាកាសកាន់តែប្រសើររាល់ថ្ងៃ
EVERYDAY PLEASURES

ស្រាបៀរថែរសធាតិដើម



ធ្វើឲ្យបរិយាកាសកាន់តែប្រសើររាល់ថ្ងៃ
EVERYDAY PLEASURES

ពិសោធន៍ស្រាបៀរ សិង្ហកុំបើកឃ

ស្រាបៀរថែរសធាតិដើម

សម្រាប់ Singha Festival វិញ បានចាប់ផ្តើមនៅថ្ងៃទី២៨ ខែតុលា ឆ្នាំដដែល នៅទីក្រុងភ្នំពេញ ហើយបន្តទៅខេត្តសំខាន់ៗមានបាត់ដំបង ព្រះសីហនុ និងសៀមរាប។

យុទ្ធនាការផ្សព្វផ្សាយរបស់ពាណិជ្ជសញ្ញាមួយនេះមានរចនាសម្ព័ន្ធនៅទូទាំងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងសារព័ត៌មាន រួមទាំងរូបភាពសំខាន់ៗ ការប្រកាសព័ត៌មានជាមុន បង្ហាញនិងអេក្រង់ LED ។ បុគ្គលសំខាន់ៗ និង vlogger ល្បីៗដូចជា ហេង រាសនា ម៉ម ពេជ្ជវិទ្ធី ពេជ្រ ពិសី និងអៀ មីលី ក៏បានចូលរួមក្នុងយុទ្ធនាការនេះផងដែរ។

កម្មវិធីនេះ នាំមកភាពសប្បាយរីករាយ និងក្តីរំភើបដល់ទស្សនិកជនគោលដៅ និងអតិថិជន ស្របពេលបញ្ជាក់ការយល់ដឹងពីពាណិជ្ជសញ្ញាកាន់តែច្រើន និងឈានទៅមួយកម្រិតទៀត។

យើងជឿថា យុទ្ធនាការទាំងនេះ នឹងរួមចំណែកដល់កំណើនលក់ និងប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនយើង។



ANGKOR EXTRA STOUT Q4 2022

CAMPAIGN RATIONALE

- Angkor Extra Stout launched the 'New Generation Stout' campaign strategy as part of our rebranding efforts from Q4 2021, active throughout 2022 with 'New Generation Change-makers' as a handle.
- New Generation Change-makers are "Multi-Achievers", often juggling 2-3 careers at any given time to follow their goals & dreams.

MULTI-ACHIEVER ROLLOUT

- The "Multi-Achiever" OOH and LED campaign was installed across a total of **17 sites**: 3x Phnom Penh & 14x provinces.
- To engage and inspire, we created a digital video (teaser + full-length) featuring "Jimmy" our quintessential multi-achiever, who is an Emcee, Film producer and Entrepreneur in which boosting brand awareness and exposure to reach remarkable points

ស្រាបៀរស្ពោតជំនាន់ថ្មី សម្រាប់អ្នកបង្កើតសមិទ្ធផលច្រើន

ចាប់តាំងពីថ្ងៃដំបូងដែលយើងនាំយករូបរាងថ្មីរបស់ស្រាបៀរ អង្ករ អិតស្រ្តាស្ពោត និងដំណើរការយុទ្ធនាការ «រូបរាងថ្មី នៅតែល្អឥតខ្ចោះ» និងយុទ្ធនាការ «ស្រាបៀរស្ពោត ជំនាន់ថ្មី» តួលេខលក់ និងការបញ្ជ្រាបពីពាណិជ្ជសញ្ញានេះ មានភាពល្អប្រសើរឡើងគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ហើយសារបង្កប់អត្ថន័យដ៏មានខ្លឹមសារក៏ ទទួលបានការសាទរយ៉ាងខ្លាំងពីអតិថិជន។

បច្ចុប្បន្ននេះ ដោយសារតែភាពជឿនលឿនខាងបច្ចេកវិទ្យា បុគ្គលនីមួយៗ ត្រូវបានគេលើកទឹកចិត្តឱ្យស្វែងយល់ពីសារៈសំខាន់ និងការអនុវត្តកិច្ចការនានា ដើម្បីប្រែខ្លួនទៅជាមនុស្សដែលមានជំនាញច្រើន ដើម្បីមានសមិទ្ធផលច្រើន ដែលនេះក៏ជាគោលបំណងរបស់ស្រាបៀរអង្ករ អិតស្រ្តាស្ពោត។

ឆ្លើយតបតាមគោលបំណង និងភាពច្នៃប្រឌិត អង្ករ អិតស្រ្តាស្ពោត បានចេញយុទ្ធនាការ «ស្រាបៀរស្ពោតជំនាន់ថ្មី សម្រាប់អ្នកបង្កើតសមិទ្ធផលច្រើន»។

អ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមរាប់លាននាក់ បានបង្ហាញចំណាប់អារម្មណ៍លើសារផ្សព្វផ្សាយរហូតដល់ជាង៩.៧លាន និងបានទៅដល់អ្នកគាំទ្រ ៤.៦ លានផងដែរ។ តាមរយៈសារផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់នេះ អង្ករ អិតស្រ្តាស្ពោត និងកិត្តិយសរបស់ក្រុមហ៊ុនយើង ក៏ទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងពីសាធារណជនផងដែរ។

ស្រាបៀរអង្ករអិតស្រ្តាស្ពោត គឺជាជម្រើសរបស់បុគ្គលពហុជំនាញ ដែលពោរពេញដោយភាពច្នៃប្រឌិតមហិច្ឆតា ក្តោបឱកាសដើម្បីជោគជ័យ។





DON'T DRINK & DRIVE

ពិសាដោយការទទួលខុសត្រូវ ជាទំនួលខុសត្រូវរបស់យើង

មួយនេះ ស្រាបៀរអង្ករ បាន បង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រការផ្សព្វផ្សាយពិសាក្រឿងស្រវឹងដោយទទួលខុសត្រូវតាមខ្លឹមសារ «ពិសា ឬបើកបរ -- សូមសម្រេចចិត្ត»។

យុទ្ធសាស្ត្រនេះ មានគោលដៅបង្កើតការយល់ដឹង ពីការប្រើប្រាស់ក្រឿងស្រវឹងដោយការទទួលខុសត្រូវ និង ឆ្ពោះទៅកាន់ការសម្រេចនូវមហិច្ឆតារបស់ កាស៊ីណូ គឺ «រួមគ្នាឆ្ពោះទៅកាន់ គ្មានការពិសាក្រឿងស្រវឹង ដោយគ្មានការទទួលខុសត្រូវ» តាមរយៈពាណិជ្ជសញ្ញាស្រាបៀរអង្ករ ពាណិជ្ជសញ្ញាជាតិ។

ក្នុងនាមជាក្រុមហ៊ុនស្រាបៀរ ភេសជ្ជៈឈានមុខគេ និងមានទំនួលខុសត្រូវមួយនៅកម្ពុជា យើងមិនគាំទ្រការ បើកបរក្នុងស្ថានភាពស្រវឹងឡើយ។

ជំហរនេះ បានបង្ហាញ និងបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្របញ្ចេញសារដ៏ច្បាស់លាស់ ដោយរំលឹកអតិថិជនថា អាច ពិសាក្រឿងស្រវឹង ឬបើកបរបាន តែមិនអាចធ្វើម្តងទាំងពីរឡើយ។

យុទ្ធសាស្ត្រចាប់ផ្តើមក្នុងខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២២ ដោយផលិតជារីដេអូ និងបដាបដោះលើទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់ស្រា បៀរអង្ករ ហើយត្រូវបានចែករំលែកបន្តនៅលើហ្វេសប៊ុករបស់ ខេមប៊ូរ។



ការជឿជាក់ខ្លាំងពេកលើការបើកបរ និងការ មិនសូវខ្វល់ខ្វាយសុវត្ថិភាពខ្លួន និងអ្នកដទៃ ជា កត្តាសំខាន់ដែលមនុស្សជាច្រើនពិសាក្រឿងស្រវឹង ហើយបើកបរ។ ដើម្បីចូលរួមដោះស្រាយបញ្ហារួម



បទចម្រៀងខ្មែរ៖ ទឹកចិត្តបុរសខ្លាំង



ដើម្បីពង្រីកអាណត្តិសារពាណិជ្ជកម្មរបស់ពាណិជ្ជសញ្ញាប្លែកផេនធីរ យើងបានបញ្ចេញវីដេអូចម្រៀងបទ «ទឹកចិត្តបុរសខ្លាំង» ដែលច្រៀងដោយលោក ទុំ សុវត្ថិ និងលោក ប៊ីអាយដី ។ បទចម្រៀងមួយបទនេះ និពន្ធដើម្បីអបអរ និងលើកតម្កើងចំពោះភាពឆន់ ភាពរឹងមាំ និងសេចក្តីថ្លៃថ្នូរ ក្នុងឧស្សាហកម្មយាមរបស់បុរសកម្ពុជា ដែលបានរួមចំណែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការអភិវឌ្ឍ និងភាពរីកចម្រើនរបស់ប្រទេស។

ប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរជួលចិត្តជាខ្លាំងចំពោះបទចម្រៀងមួយបទនេះ ព្រោះថាបានបំផុសគំនិតស្មារតី បង្កើតមោទកភាព និងក្តីសង្ឃឹមនៅតែមាន។ បទនេះបានក្លាយជាបទចម្រៀងខ្មែរ ដោយទទួលបានអ្នកចូលទស្សនាដល់ទៅ ៦ លានដង នៅលើទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់ ប្លែកផេនធីរ ដែលជាលទ្ធផលក៏គួរឲ្យភ្ញាក់ផ្អើល។



ដើម្បីភាពចម្រុះ និងប្រទាក់គ្នា យើងបានផលិតជា ៤ វីដេអូខីដីចល រួមមាន ឈុតខ្លីៗ វីដេអូខាវ៉ាអូខេ វីដេអូកែសម្រួល និងសកម្មភាពក្រៅឆាក។ ដើម្បីជំរុញការផ្សព្វផ្សាយឲ្យកាន់តែទូលំទូលាយ តន្ត្រីករ Meaz Dimozz និង RedKing បានច្រៀងចម្រៀងនេះសាឡើងវិញ ហើយបង្ហាញទៅក្នុងទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់ពួកគេ ដោយមានការចូលទស្សនា សរុបបានដល់ ៤៩១ ០០០ ហើយបានទៅដល់អ្នកគាំទ្រ

៤៣៧ ៦៩៥ ។ ជាថ្មីម្តងទៀត នេះជាលទ្ធផលដ៏អស្ចារ្យ។ យើងជឿជាក់ថា តាមរយៈបទចម្រៀងដ៏មានអត្ថន័យមួយបទនេះ នឹងជួយឲ្យពាណិជ្ជសញ្ញាប្លែកផេនធីរ កាន់តែមានល្បីរន្តិ និងទទួលបានការគាំទ្រពីអតិថិជនរួមជាតិកាន់តែច្រើន។



CAMBREW LTD

Part of the Carlsberg Group


រួមគ្នាឆ្ពោះទៅ 
កាន់ហ្វ្រូន្ត

និងលើសពីនេះ

 No. 1881, Russian Boulevard, Phum Ta gnoun,
Sangkat Kakab, Khan Posenchey, Phnom Penh,
Kingdom of Cambodia

 info.kh@carlsberg.asia

 www.facebook.com/CambrewCompany

 +855 (0) 23 987 905

 www.instagram.com/cambrewltd/

 www.carlsberggroup.com/
www.cambrew.com.kh/

 www.linkedin.com/company/carlsbergcambodia/

គ្មានរបៀបណាមួយ
គ្រោះថ្នាក់